

## 2015年 中堅・中小企業におけるスマートデバイスの活用シーンに関する調査報告

調査設計/分析/執筆: 岩上由高

ノークリサーチ (本社〒120-0034 東京都足立区千住1-4-1東京芸術センター1705; 代表: 伊嶋謙二 TEL: 03-5244-6691  
URL: <http://www.norkresearch.co.jp>) は中堅・中小企業におけるスマートデバイスの活用シーンに関する調査を実施した。  
本リリースは「2015年版 中堅・中小企業におけるPC/スマートデバイス活用の実態と展望レポート」のダイジェストである。

### <IT企業側からスマートデバイスの具体的な活用シーンを提示してみることが大切>

- ユーザ企業が求めるのは「新たなビジネスを実現する手段」としてのスマートデバイス活用
- 業務パッケージのスマートデバイス対応だけではカバーできない活用シーンの提示が必要
- 「費用が足りない」という課題の背後には「業務シナリオが描けない」という真の課題がある

対象企業: 日本全国/全業種の年商500億円未満の中堅・中小企業

対象職責: PCやスマートデバイスの活用において最終決裁、計画立案、情報収集、管理/運用といった職責を担っている社員

調査実施時期: 2015年7月

有効回答件数: 496件

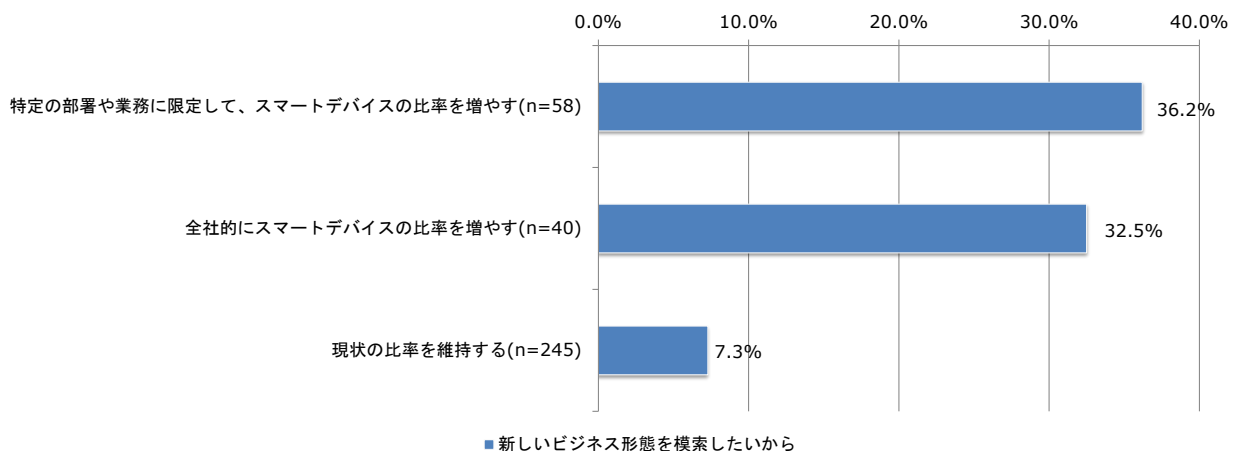
※調査対象の詳しい情報については右記URLを参照 [http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015mobpc\\_usr\\_rep.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015mobpc_usr_rep.pdf)

### ユーザ企業が求めるのは「新たなビジネスを実現する手段」としてのスマートデバイス活用

本リリースの元となる「2015年版 中堅・中小企業におけるPC/スマートデバイス活用の実態と展望レポート」では「一年後を想定した場合、業務システム端末に占めるPCとスマートデバイスの比率はどうか?」を尋ね、さらにその理由についても多種多様な選択肢を挙げて尋ねている。以下のグラフはその一部を抜粋したものだ。「新しいビジネス形態を模索したい」といった理由を挙げる割合は「特定の部署や業務に限定して、スマートデバイスの比率を増やす」という方針のユーザ企業では36.2%、「全社的にスマートデバイスの比率を増やす」という方針の場合には32.5%と共に高い値を示している。一方で「現状の比率を維持する」と回答したユーザ企業においては7.3%に留まっている。つまり、スマートデバイス活用に積極的なユーザ企業はスマートデバイスをPCの単なる代替としてではなく、「新しいビジネスを実現するための手段」として捉えていることがわかる。(以下のグラフでは「新しいビジネス形態を模索したい」という一項目のみのデータを紹介しているが、実際の調査レポートには多数の選択肢を挙げて尋ねた結果を年商/業種/地域といった様々な企業属性を軸にして集計したデータが含まれる)

したがって、IT企業がスマートデバイス活用を訴求する際には「具体的な活用シーン」を提示することが極めて重要となる。本リリースの元となる調査レポートでは業種や業態を踏まえた多数の活用シーンを列挙し、それらに対するユーザ企業のニーズを集計/分析している。次頁以降ではその一部をダイジェストとして紹介している。

T2-2.PCとスマートデバイスの比率を選択した理由 (いくつでも) (年商500億円未満全体)



出典: 2015年版中堅・中小企業におけるPC/スマートデバイス活用の実態と展望レポート(ノークリサーチ)

## 業務パッケージのスマートデバイス対応だけではカバーできない活用シーンの提示が必要

前頁で述べたように、スマートデバイス活用に積極的な中堅・中小企業はスマートデバイスを「新しいビジネスを実現するための手段」と捉えている。しかしながら、ユーザ企業自身がおのの具体的な活用シーンを描き出すことは難しい。したがって、IT企業側がユーザ企業の発想を後押しする具体的な活用シーンを提示する必要がある。本リリースの元となる調査レポートでは過去の調査活動で得た知見を元に、業種/業態を踏まえた多種多様な活用シーンを挙げ、それらに対するユーザ企業のニーズを尋ねている。以下はそうした活用シーンの一部を列挙したものだ。

### 【全業種共通の活用シーン】

- ・紙面配布資料をデジタル化し、タブレットで閲覧することで印刷コストを削減する
- ・部課長職が外出先から部下の申請フォームを確認し、ワークフローの承認を行う
- ・部課長職が外出先から部下の日報や業務報告を確認し、必要に応じて返答する
- ・経営層や社員が売上や在庫などのデータ集計/分析の結果を社外から確認する
- ・営業社員が外出時に顧客オフィスの地図やルートを確認しながら訪問する

※全12項目

### 【製造業および建設業に関連の深い活用シーン】

- ・設計図面や部品表をタブレットに格納して版管理することで、取り違えを未然に防ぐ
- ・タブレットの画面上で部品の立体的な構造や実際の動作などを動画を交えて紹介する
- ・スマートフォンで現場の写真/位置情報/報告事項などをまとめて事務所へ送信する
- ・GPSを元に得た情報と図面を重ね合わせることで工事対象箇所を的確に見つけ出す

※全7項目

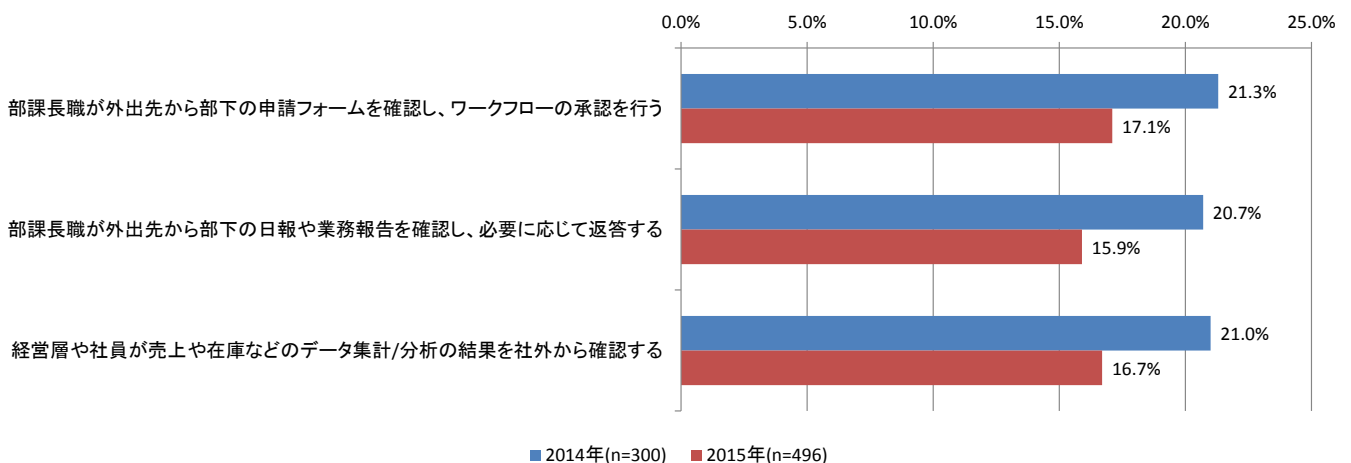
### 【流通業(運輸業)および卸売/小売/サービス業に関連の深い活用シーン】

- ・倉庫や出荷先で不良品を発見した場合、カメラとメールを併用して即座に通知する
- ・GPSと通信機能を活用して、配送トラックやタクシーの効率的な配車を実現する
- ・カメラで撮影した画像に情報を重ね合わせて表示し、商品説明に役立てる
- ・加速度センサによる転倒検知など、介護や看護における緊急通知に活かす

※全13項目

以下のグラフは上記に列記した活用シーンから「全業種共通」の一部を抜粋し、2014年調査(前回の調査レポート)の結果と2015年調査(今回の調査レポート)の結果を比較したものである。いずれの選択肢も2014年と比べ2015年の回答割合が低くなっている。ワークフローや販売/仕入/在庫管理システムでは業務パッケージが標準機能としてスマートデバイス対応を進めているケースも少なくない。そのため、グラフに挙げたような活用シーンについてはユーザ企業が自らスマートデバイス対応に取り組む必要性が低くなっているものと考えられる。このように上記に列挙した活用シーンにはニーズが高まっているものもあれば、そうでないものもある。それらの違いを踏まえた上で活用シーンを提示していくことが非常に重要となる。

S2.導入済みまたは導入を予定/検討しているスマートデバイス端末の活用法  
(複数回答可)(全業種共通)(年商500億円未満全体)



出典:2015年版中堅・中小企業におけるPC/スマートデバイス活用の実態と展望レポート(ノークリサーチ)

## 「費用が足りない」という課題の背後には「業務シナリオが描けない」という真の課題がある

スマートデバイス関連のソリューションを訴求する上で欠かせないもう一つの観点が「ユーザ企業の抱える課題を把握し、それらを解決する」という取り組みだ。

本リリースの元となる調査レポートでは以下のように多種多様な選択肢を列挙し、詳細な集計/分析を行っている。

### 【端末の導入や管理に関連する課題】

- ・端末調達の費用が捻出できない
- ・同じ端末を継続的に調達できない
- ・業務要求に端末が対応できていない
- ・端末の管理/運用の作業負担が大きい
- ・端末の管理/運用の費用負担が大きい
- ・OSのバージョンアップが頻繁すぎる
- ・端末のモデル変更が頻繁すぎる

### 【業務システム関連】

- ・業務システム側の開発費用が負担である
- ・業務システム側の運用費用が負担である

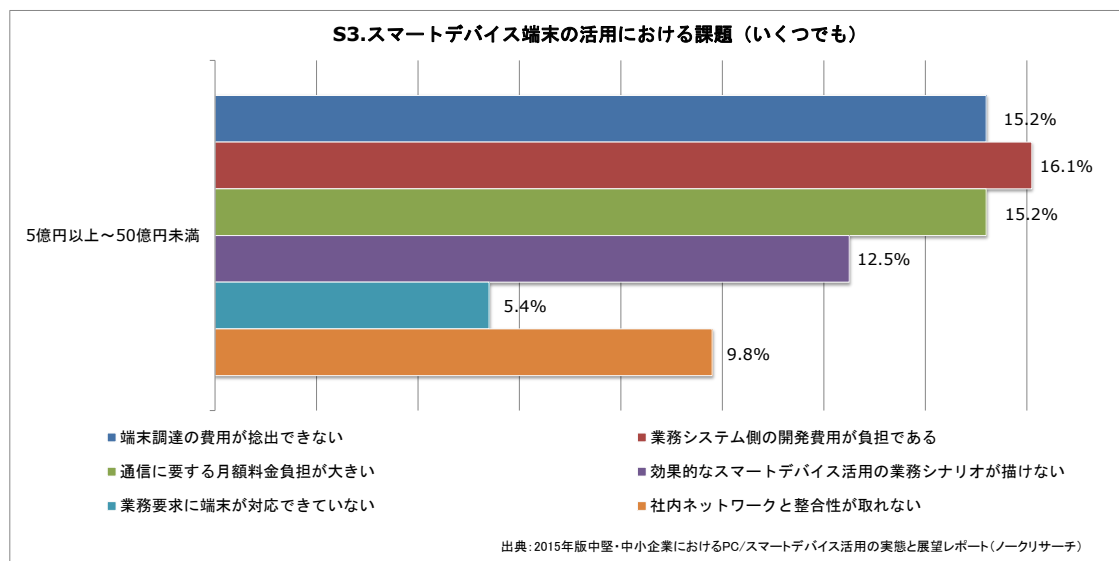
### 【ネットワーク関連】

- ・通信に要する月額料金負担が大きい
- ・社内ネットワークと整合性が取れない

### 【その他】

- ・効果的なスマートデバイス活用の業務シナリオが描けない
- ・必要な予算を捻出するだけの説得材料が見いだせない
- ・セキュリティ対策をどこまでやるべきか判断できない

以下のグラフは上記の項目から6つの主な選択肢を抜粋した結果のうち、年商5～50億円(中小企業層)におけるデータをプロットしたものである。実際の調査レポートでは上記全ての選択肢を尋ねた結果について、年商500億円未満の全ての年商帯に加え、業種別や地域別といった様々な観点から見た集計データが含まれる。



「業務要求に端末が対応できていない」や「社内ネットワークと整合性が取れない」と比べると、「端末調達の費用が捻出できない」「通信に要する月額料金負担が大きい」「業務システム側の開発費用が負担である」といった項目の回答割合が高くなっている。この結果を見ると、「端末の機能/性能」や「社内ネットワークとの接続」はそれほど深刻な問題ではなく「端末の調達/運用」(※1)や「業務システム開発」(※2)が大きな負担となっていることがわかる。

だが、こうした課題の対策としてその対策として単に価格を下げたソリューションを提供すれば良いというわけではない点に注意が必要だ。その理由は「効果的なスマートデバイス活用の業務シナリオが描けない」(※3)という選択肢の回答割合も※1や※2と同程度であることに起因する。

※3はユーザ企業がスマートデバイスによってどのような効果が得られるのか? 売上改善にどのように結びつくのか? を具体的に描き出せず、「スマートデバイス活用における投資対効果の判断ができていない」ことを示している。投資対効果が判断できなければ予算を組むこともできない。その結果「費用が足りない」という状況に陥ることになるわけだ。そのため「スマートデバイス活用における投資対効果の判断ができていない」という根本的な課題を解決しなければ、ソリューションの価格を下げて導入には繋がらない可能性がある。このように「ある課題が別の課題の間接的な要因になっている」というケースもあるので注意が必要だ。

## 調査レポート最新刊のご案内

## 「2015年版 中堅・中小企業におけるPC/スマートデバイス活用の実態と展望レポート」

スマートフォンやタブレットはPC市場を侵食していくのか？業務システム端末の販売に関わるIT企業に必携の一冊  
 レポート案内：[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015mobpc\\_usr\\_rep.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015mobpc_usr_rep.pdf)  
 発刊日 2015年9月7日 価格：180,000円(税別)

その他、ご好評いただいている2015年の最新刊レポート

## 「2015年版 中堅・中小企業におけるIT投資の実態と展望レポート」

クラウドやスマートデバイスといった新たな潮流を受けて、中堅・中小企業のIT投資はどのように変わっていくのか？  
 レポート案内：[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT\\_usr\\_rep.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT_usr_rep.pdf)

ダイジェスト(サンプル)：

ビッグデータ/ウェアラブル等の投資動向  
 基幹系システムの投資動向  
 情報系・顧客管理系システムの投資動向  
 運用管理系システムの投資動向  
 スマートデバイス関連の投資動向  
 PC関連の投資動向  
 ネットワーク関連の投資動向

[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT\\_usr\\_rel1.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT_usr_rel1.pdf)  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT\\_usr\\_rel2.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT_usr_rel2.pdf)  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT\\_usr\\_rel3.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT_usr_rel3.pdf)  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT\\_usr\\_rel4.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT_usr_rel4.pdf)  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT\\_usr\\_rel5.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT_usr_rel5.pdf)  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT\\_usr\\_rel6.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT_usr_rel6.pdf)  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT\\_usr\\_rel7.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015IT_usr_rel7.pdf)

価格：180,000円(税別)

## 「2015年版 中堅・中小企業におけるストレージ環境の実態と展望レポート」

業務システムにおけるサーバ接続ストレージ、ファイルサーバ、オンラインストレージサービスの動向を全て網羅  
 レポート案内：[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015storage\\_usr\\_rep.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015storage_usr_rep.pdf)

ダイジェスト(サンプル)：

[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015storage\\_usr\\_rel1.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015storage_usr_rel1.pdf)  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015storage\\_usr\\_rel2.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015storage_usr_rel2.pdf)  
[http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015storage\\_usr\\_rel3.pdf](http://www.norkresearch.co.jp/pdf/2015storage_usr_rel3.pdf)

価格：180,000円(税別)

お申込み方法：

ホームページ(<http://www.norkresearch.co.jp>)から、またはinform@norkresearch.co.jp宛にメールにてご連絡ください

## カスタムリサーチのご案内

「カスタムリサーチ」はクライアント企業様個別に設計・実施される調査とコンサルティングです。

## 1. 調査企画提案書の提示：

初回ヒアリングに基づき、調査実施要綱(調査対象とスケジュール、費用など)をご提案させていただきます

## 2. 調査設計：

調査企画提案に基づき、具体的な調査方法の選定、調査票の設計/作成やインタビュー取材計画立案を行う

## 3. 実施と集計：

設計された調査を実施し、その結果を集計する

## 4. 分析：

集計結果を分析し、レポートを作成する

## 5. 提言：

分析結果を基にした提言事項を作成し、報告する

多彩な調査方法が活用できます。

## 定量調査(アンケート調査)

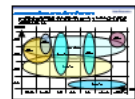
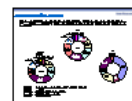
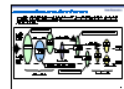
ユーザ企業の実態とニーズを数値的に把握したい  
 販社やSIerが望む製品やサービスの動向を知りたい

## 定性調査(インタビュー調査)

ユーザ企業が抱える課題を個別に詳しく訊きたい  
 販社やSIerがベンダに何を期待しているかを訊きたい

## デスクトップリサーチ

競合他社の動向などを一通り調べたい



本データの無断引用・転載を禁じます。引用・転載をご希望の場合は下記をご参照の上、担当窓口にお問い合わせください。

引用・転載のポリシー：<http://www.norkresearch.co.jp/policy/index.html>

当調査データに関するお問い合わせ

株式会社 ノークリサーチ 担当：岩上 由高  
 東京都足立区千住1-4-1東京芸術センター1705  
 TEL 03-5244-6691 FAX 03-5244-6692  
 inform@norkresearch.co.jp  
 www.norkresearch.co.jp

**NORKRESEARCH**